

Faktor-faktor yang memengaruhi niat untuk mengikuti media sosial milik pemerintah = Factors influencing the intention to follow government social media

Aidya Putri Kusuma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468217&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Media sosial berkembang sangat cepat di seluruh dunia sejak 2009. Banyak orang menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi terbaru dan untuk berkomunikasi dengan yang lain, sehingga agensi pemerintah di seluruh dunia mulai tertarik untuk menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dengan masyarakatnya. Namun, masyarakat belum melihat media sosial sebagai forum yang berguna bagi mereka untuk berkomunikasi dengan pemerintah. Salah satu tujuan tertentu yang menjadi fokus bagi penelitian ini adalah alasan mengapa masyarakat mengikuti media sosial pemerintah. Mempertimbangkan penggunaan media sosial di pemerintahan, ada beberapa penelitian sebelumnya untuk memahami niat untuk terus menggunakan media sosial di pemerintahan, tapi belum ada yang meneliti tentang niat dari masyarakat untuk mengikuti media sosial pemerintah. Ada enam faktor penentu yang diajukan dan diperoleh dari Uses and Gratification Theory UGT : 1 relationship value trust in government ; 2 content value information quality dan entertaining content; 3 social value interactivity, collaboration, social influence. Jadi, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari trust in government, information quality, entertaining content, interactivity, collaboration, dan social influence terhadap niat untuk mengikuti media sosial milik pemerintah. Survei secara online dilakukan di Indonesia dan 275 sampel dari masyarakat Indonesia digunakan. Structural Equation Model digunakan untuk menganalisis data. Akhirnya, penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan dari trust in government, information quality, collaboration dan social influence terhadap niat untuk mengikuti media social milik pemerintah. Namun, entertaining content dan interactivity tidak signifikan terhadap niat untuk mengikuti media social milik pemerintah.

<hr>

ABSTRACT

Social media grows rapidly throughout the world since 2009. Most of people use social media to get latest information and communicate with others. Government agencies around the world has begun interest to use the social media as their communication tools to the people. However, people have not seen social media as a useful forum for them to communicate with the government. One particular objective that becomes a focus for this study is the reason why are people following government social media. Consider the government social media use, there were some prior research to understand the continuance intention of social media use in government, but none of them study about the intention of citizen to follow government social media. There are six proposed determinants that obtained from the Uses and Gratifications Theory UGT 1 relationship value trust in government 2 content value information quality and entertaining content 3 social value interactivity, collaboration, social influence . Thus, this study aims to identify the influence of trust in government, information quality, entertaining content, interactivity, collaboration, and social influence towards intention to follow government social media. Online survey was conducted in Indonesia and 275

samples of Indonesian citizen were used. The Structural Equation Model was used to analyze the data. Finally, this study revealed that the positive significant direct influence of trust in government, information quality, collaboration and social influence towards intention to follow government social media. Surprisingly, the entertaining content and interactivity are not significant toward intention to follow government social media.